

PLAN DE ACTUACIÓN E ORZAMENTO 2025



ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	4
2.- OBXECTIVOS XERAIS	6
2.1- VIGO CIDADE MICE.....	7
2.2.- VIGO FILM OFFICE	8
2.3- COLABORACIÓN NA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VIGO	10
3.- VISIÓN ESTRATÉXICA VCB 2024	11
3.1.- EIXOS TRANSVERSAIS	11
3.1.1.- SUSTENTABILIDADE E LEGADO	11
3.1.2.- COIDADADO E ACOMPAÑAMENTO PRESCRITORES LOCAIS.....	12
3.1.3 APOIO Á COMUNIDADE.....	12
4.- LIÑAS DE ACTUACIÓN PRINCIAIS 2025	14
4.1.- FEIRAS E XORNADAS PROFESIONAIS.....	14
4.1.1.- ASISTENCIA A XORNADAS E/OU WORKSHOPS.	14
4.1.2.- ASISTENCIA A ASEMBLEAS, CONGRESOS E OUTROS ACTOS DO SECTOR.	14
4.2.- ACCIÓNS PROPIAS	14
4.2.1.- REUNIÓNS.	14
4.2.2.- PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS.	14
4.3.- OUTRAS LIÑAS DE ACTUACIÓN	14
4.3.1.- MEMBRESÍA DO SECTOR MICE E AUDIOVISUAL.	14
4.3.2.- INSTRUMENTOS DE MARKETING.	15
4.3.3.- PROMOCIÓN AEROPORTUARIA	15
4.3.4.-TRABALLOS INTERDEPARTAMENTAIS.....	15
4.3.5.- VIGO FILM OFFICE	15
5.- COMPOSICIÓN PADROADO DA FUNDACIÓN VCB EN 2025.....	16
6.- SOCIOS DA FUNDACIÓN VCB 2025.....	17



7.- COTAS PATRÓNS 2025	17
8.- COTAS SOCIOS 2025	18
9.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN INGRESOS EJERCICIO 2025	19
10.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN DE GASTOS EJERCICIO 2025	20

1.- INTRODUCCIÓN

Este Plan de Actuación detalla as liñas de acción a desenvolver pola Fundación Vigo Convention Bureau para o ano 2025.

As expectativas e previsións para o turismo de congresos e eventos MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) en 2025 preséntanse optimistas, aínda que non exentas de desafíos. A medida que a industria se recupera, anticipáase un aumento significativo na organización de eventos presenciais, cun 59% dos organizadores planeando levar a cabo reunións cara a cara, en comparación cun 21% que optará por formatos virtuais e un 20% que combinará ambos enfoques. Este cambio cara ao presencial reflicte un desexo de reconectar e fomentar interaccións significativas entre os participantes.



Aumento de Orzamentos e Confianza no Sector

Un estudo realizado por AMEX GBT indica que dous terzos dos enquisados prevén un aumento nos orzamentos destinados a reunións e eventos para o próximo ano. Este optimismo susténtase na recuperación do sector turístico durante 2024, que superou as expectativas iniciais en moitos casos. Con todo, os organizadores tamén son conscientes das presións inflacionarias e o aumento de custos asociados a viaxes e operacións MICE, o que podería moderar as expectativas máis altas.

Tendencias Clave para 2025

Entre as tendencias que marcarán o panorama do turismo de congresos en 2025 destácanse:

- **Enfoque na Sustentabilidade:** Os organizadores están cada vez máis comprometidos con prácticas sostibles, buscando minimizar o impacto ambiental dos seus eventos.

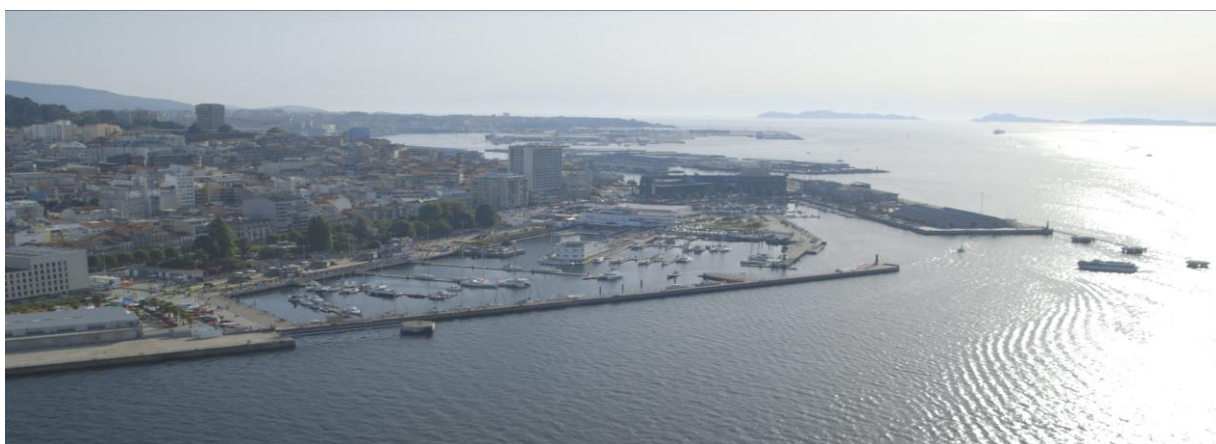
- **Uso de Tecnoloxía e Intelixencia Artificial:** A implementación de tecnoloxías avanzadas, incluíndo intelixencia artificial, espérase que mellore a experiencia do evento e facilite a personalización.
- **Preferencia por Destinos Alternativos:** Os organizadores están a explorar "destinos alternativos", que ofrecen experiencias auténticas e menos masificadas, o que pode atraer a asistentes que buscan algo diferente .

Desafíos Potenciais

A pesar do optimismo xeneralizado, existen factores que poderían afectar o crecemento do sector. As subidas de prezos e as tensións entre residentes e turistas menciónanse como as principais ameazas para o exercicio 2025. Ademais, a incerteza xeopolítica podería influír nas decisións de viaxe e na planificación de eventos internacionais.

Conclusión

En resumo, o turismo de congresos para 2025 perfírase como un sector en crecemento cun enfoque renovado cara á sustentabilidade e a innovación tecnolóxica. A confianza no aumento de orzamentos e a preferencia por eventos presenciais son sinais positivos. Con todo, os organizadores deberán navegar coidadosamente entre as oportunidades e os desafíos que presenta unha contorna económica e social cambiante.



2.- OBXECTIVOS XERAIS

O obxectivo principal da Fundación Vigo Convention Bureau (en diante VCB), é promover, facilitar e atraer eventos de negocios, congresos, convencións e feiras á cidade de Vigo, buscando estimular o crecemento económico local, xerar emprego, fortalecer o sector turístico, promocionar as instalacións e servizos do destino, e posicionar a cidade no ámbito nacional e internacional como un lugar idóneo para a celebración de reunións profesionais.

Vigo acolleu durante o pasado 2024 un total de 124 eventos e reunións profesionais que atraeron a uns 97.882 participantes, isto implica unha subida do 21,57% sobre 2023 onde se acolleron 102 eventos, polo que se confirma a senda de crecemento e recuperación.

A máis multitudinaria un ano máis foi a Feira Conxemar, que este ano tivo unha participación récord de 27.080 visitantes procedentes de 110 países distintos, o que

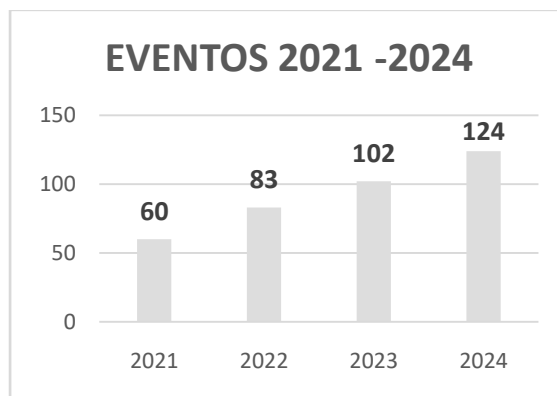
representou un aumento do 1,15% respecto á edición de 2023.

Na clasificación segundo o tipo de eventos os principais foron: un 50,81% xornadas, 22,58% congresos e 7,26 feiras.



A temática máis numerosa é a económica, seguida da docencia e a tecnoloxía.

Os meses nos que houbo maior actividade congresual na nosa cidade foron, os meses de outubro (16%), xuño (15%), e abril e novembro co (12%).



2.1- VIGO CIDADE MICE

Para mellorar o posicionamento de Vigo no turismo MICE, é fundamental desenvolver estratexias ao longo do ano nas seguintes áreas:

- **Atracción de Eventos:** Fomentar a captación de eventos de relevancia nacional e internacional, buscando atraer congresos, convencións e feiras que xeren un impacto positivo na economía local.
- **Desenvolvemento Económico:** Contribuír ao crecemento económico da cidade ao impulsar a industria de reunións e eventos, xerando emprego, incrementando o investimento e estimulando a actividade comercial e hostaleira.
- **Promoción do Destino:** Posicionar o destino como lugar idóneo para a realización de eventos, destacando as súas infraestruturas, servizos, atractivos turísticos e demais características que o fagan competitivo no ámbito das reunións profesionais.
- **Colaboración con entidades locais:** Traballar en estreita colaboración cos provedores de servizos locais, como hoteis, centros de convencións, restaurantes e empresas de transporte, para garantir a excelencia na prestación de servizos aos organizadores de eventos.



Estas áreas de desenvolvemento son fundamentais para posicionar a Vigo como cidade MICE.



2.2.- VIGOFILMOFFICE

A Vigo Film Office (en diante VFO) continuará en 2025 o seu labor de promoción da cidade como estudio de rodaxes, apoio e asesoramento ao sector audiovisual na xestión das rodaxes e fomento do turismo de pantalla.



Para iso, están previstas unha serie de actividades que fortalecerán a presenza de Vigo no panorama audiovisual e coas que esperamos continuar a senda de crecemento que estamos a vivir nos últimos anos.

Entre estas actividades, destaca en abril a celebración do evento “Rueda”, que organizamos por segundo ano xunto á Academia de Cine.

Vigo será unha das tres sedes que acollan este ano aos participantes dos programas formativos da Academia: “Residencias e Rueda”. O evento consiste en que os participantes dos programas formativos reúnanse na cidade durante unha semana (7 ao 12 de abril) xunto cos seus mentores, que son profesionais de primeiro nivel, para realizar as titorías e impulsar os seus proxectos. O programa inclúe ademais xornadas de formación para profesionais da cidade co obxectivo de fomentar a xeración de sinerxías coa contorna audiovisual e propiciar a cooperación entre territorios. Organízanse ademais diversas actividades abertas á cidadanía en xeral e aos estudantes, como proxeccións, charlas, mesas redondas.



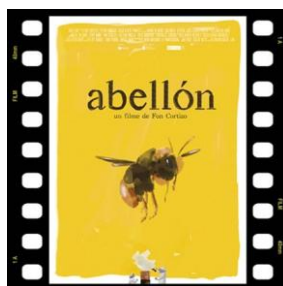
Por outra banda, a VFO promocionará a cidade como plató de rodaxes nalgunhas das principais feiras e mercados audiovisuais do país como son, Fitur Screen, o Festival de Cine de Málaga, o Festival de Cine de San Sebastián, o evento Shooting Locations Marketplace e a feira Iberseries Platino



Industria, entre outros.

A cidade acollerá tamén, por primeira vez, a Asemblea anual da Spain Film Commission, entidade que reúne a 44 cidades de toda España na promoción de rodaxes audiovisuais e da que Vigo forma parte desde hai dous anos e detenta a vicepresidencia da nova xunta directiva.

Por outra banda, a VFO continuará coa organización de diversas actividades formativas dirixidas ao sector local e lanzará unha nova edición do seu concurso de microcurtametraxes "Vigo en 90 segundos".



2.3- COLABORACIÓN NA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VIGO

A VCB manterá a estreita colaboración coa Concellería de Turismo na mellora da promoción turística da cidade polos bos resultados obtidos o ano pasado. En 2024 a VCB asinou un convenio de colaboración co Concello de Vigo para a Promoción Turística da cidade por importe de 275.000 euros. No 2025 vaise manter esa liña de colaboración na busca da mellora e optimización dos recursos de ambas entidades. A colaboración no ano 2024 permitiu realizar entre outras accións:



- A sinatura de Patrocinios de interese para a cidade.
- A presenza en Feiras e eventos turísticos.
- A xestión de viaxes de incentivo e promocionais.
- A participación en programas en medios de comunicación.
- A promoción Aeroportuaria.
- A promoción da marca Vigo.
- A elaboración de Merchandising.

Esta colaboración é fundamental nun contexto de globalización, onde as cidades compiten por atraer visitantes e investimentos. A correcta xestión da promoción turística da cidade pode ser determinante para diferenciarse e posicionarse de maneira favorable na mente dos distintos públicos obxectivos.



3.- VISIÓN ESTRATÉXICA VCB 2024

Este Plan de Actuación representa:

- Un mecanismo para o promoción económica de Vigo como destino turístico e MICE.
- Un marco de apoio para o desenvolvemento de estratexias, plans e iniciativas en colaboración co Concello e os principais actores do sector.
- Unha ferramenta de colaboración coa Concellería de Turismo no desenvolvemento de accións Turísticas e da promoción da cidade
- Unha guía para a promoción de Vigo como estudio de rodaxe e turismo de pantalla.

3.1.- EIXOS TRANSVERSAIS

3.1.1.- SUSTENTABILIDADE E LEGADO

A sustentabilidade está a converterse nun asunto clave á hora de elixir o destino para celebrar un evento. Dende a Vigo Convention Bureau, queremos axudar aos organizadores para minimizar o impacto desde a fase de planificación, facilitando a implementación dos Obxectivos de Desenvolvemento Sostible (ODS). Ademais, queremos desenvolver unha listaxe de axentes locais (ONGs, asociacións, fundacións) para poder ofrecer aos organizadores a realización de accións positivas vinculadas ao evento e que reporten á cidade un beneficio desde o punto de vista social, ambiental e cultural.



3.1.2.- COIDADADO E ACOMPAÑAMENTO PRESCRITORES LOCAIS

A VCB vaise reunir cos prescritores locais máis interesantes da cidade para presentarlles de primeira man, a axuda que podemos facilitarlles na organización dos seus eventos e animarlles a traelos á nosa cidade. Nestes momentos de post-pandemia consideramos que é máis beneficioso priorizar o atraer máis eventos nacionais, aínda que sexan de menor tamaño, que optar aos internacionais.



3.1.3 APOIO Á COMUNIDADE

Contribuír ao benestar social da comunidade local ao xerar oportunidades de desenvolvemento, fortalecendo a identidade do destino e fomentando a participación activa da poboación nos eventos culturais e sociais.



LIÑAS DE ACTUACIÓN

2025

4.- LIÑAS DE ACTUACIÓN PRINCIPALES 2025

4.1.- FEIRAS E XORNADAS PROFESIONAIS.

4.1.1.- ASISTENCIA A FEIRAS DO SECTOR.

- FITUR e FITUR SCREEN.



4.1.1.1.- ASISTENCIA A XORNADAS E/OU WORKSHOPS

- XORNADAS FORMATIVAS TURISMO MICE.
- XORNADAS FEMP.
- XORNADAS AENA.



4.1.2.- ASISTENCIA A ASEMBLEAS, CONGRESOS E OUTROS ACTOS DO SECTOR

- GRUPO DE TRABAJO NA ASEMBLEA ANUAL SPAIN CONVENTION BUREAU E NA SPAIN FILM COMMISSION.



4.2.- ACCIÓNS PROPIAS

4.2.1.- REUNIÓN.

- MESAS DE TRABAJO PERIÓDICAS COS SOCIOS DA VCB.



4.2.2.- PRESENTACIÓN DE CANDIDATURAS

- ELABORACIÓN DE DOSSIERES DE CANDIDATURAS.



4.3.- OUTRAS LIÑAS DE ACTUACIÓN

4.3.1.- MEMBRESÍA DO SECTOR MICE E AUDIOVISUAL

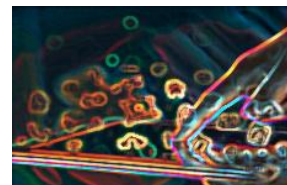
- SCB (Spain Convention Bureau).
- SFC (Spain Film Commission)
- Academia Galega do Audiovisual.



4.3.2.- INSTRUMENTOS DE MARKETING

ONLINE

- RRSS E XESTIÓN DE CONTIDOS VCB E VFO.
- MANTEMENTO DAS WEBS DA VCB E DA VFO.
- CLIPPING DE PRENSA DIARIO.



OFFLINE

- ACTUALIZACIÓN GUÍAS.
- CREACIÓN DE INFORMES DO SECTOR.
- BBDD DE EVENTOS-CONGRESOS.
- RENOVACIÓN MATERIAL PROMOCIONAL.
- FAMTRIPS SECTOR MICE E AUDIOVISUAL.



4.3.3.- PROMOCIÓN AEROPORTUARIA

- ELABORACIÓN DE INFORMES ESTATÍSTICOS MENSUAIS E ANUAIS.
- ELABORACIÓN DE INFORMES SOBRE MERCADOS E RUTAS POTENCIAIS.



4.3.4.-TRABALLOS INTERDEPARTAMENTAIS

- SEGUIMIENTO DA ACTIVIDADE MICE DA CIDADE.
- COLABORACIÓN CON AXENTES LOCAIS.
- ELABORACIÓN DE INFORMES ESTATÍSTICOS.
- COLABORACIÓN COA CONCELLERÍA DE TURISMO.



4.3.5.- VIGO FILM OFFICE

- TRAMITACIÓN PERMISOS DE RODAXES.
- CONCURSO AUDIOVISUAL VIGO90SEGUNDOS.
- PARTICIPACIÓN PROGRAMA RUEDA 2025.
- ASISTENCIA A FEIRAS E EVENTOS DO SECTOR.



5.- COMPOSICIÓN PADROADO DA FUNDACIÓN VCB EN2025

CONCELLO DE VIGO

UNIVERSIDADE DE VIGO

CÁMARA DE COMERCIO DE VIGO

CEP (CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE PONTEVEDRA)

ABANCA

IFEVI (INSTITUTO FEIRAL DE VIGO)

AHOSVI (ASOCIACIÓN DE HOTELES DE VIGO)

FEPROHOS (FEDERACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE HOSTALERÍA DE PONTEVEDRA)

PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO

VIAXES ABRAMAR (REPRESENTACIÓN ENTIDADES COLABORADORAS)



6.- SOCIOS DA FUNDACIÓN VCB 2025

B THE TRAVEL BRAND	RADIO TAXI
AUTOCARES IGLESIAS	EL CORTE INGLÉS
PAZO DE CEA	IMPRIME VERDE
CdeC	GARPE
HOTEL NAGARI	HOTEL PAZO LOS ESCUDOS
HOTEL BAHÍA DE VIGO	HOTEL ATTICA 21
HOTEL NH COLLECTION	HOTEL EUROSTARS MAR DE VIGO
ESMERARTE	ALMA MATER
MARVA	DISESEMM
EVENTOS CULTURALES RETALISTAS	ORZAN CONGRES
OCEAN SECRETS	NAVIERA NABIA
NAVIERA MAR DE ONS	BLUSCUS
ECOVIGO	ULTRAMARINOS
GRUPO RADIO VIGO	ABRAMAR

7.- COTAS PATRÓNS 2025

PATRÓNS	COTAS
TURISMO DE VIGO (CONCELLO DE VIGO)	225.000 €
ABANCA	
UNIVERSIDADE DE VIGO	3.000 €
IFEVI	
CÁMARA COMERCIO	
CEP	
PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO	2.000 €
AHOSVI	2.000 €
FEPROHOS	2.000 €

8.- COTAS SOCIOS 2025

SOCIOS	COTAS
ESTABLECEMENTOS HOSTALEIROS	
PAZOS	300 €
CASAS RURAIS	300 €
HOTEL 5*	500 €
HOTEL 4*	400 €
HOTEL 3*	300 €
HOTEL 2* E HOSTEL	200 €
EMPRESAS E TERMINAIS DE TRANSPORTE	
TRANSPORTE MARÍTIMO-TERRESTRE	500 €
ESTABLECEMENTOS GASTRONÓMICOS	
ESTABLECEMENTOS GASTRONÓMICOS	300 €
CATERING	400 €
CENTROS DE CONVENCIONS E RECINTOS FEIRAIS	
CENTROS DE CONVENCIONS E REUNIONS	700 €
ORGANISMOS OFICIAIS	
ORGANISMOS OFICIAIS	1.000 €
EMPRESAS DE SERVIZOS COMPLEMENTARIOS	
AXENCIAS DE VIAXE E OPC's	600 €
ORGANIZADORES DE EVENTOS	600 €
EMPRESAS DE PUBLICIDADE E COMUNICACIÓN	500 €
AZAFATAS	300 €
EMPRESAS AUDIOVISUAIS E EQUIPOS TRADUCCIÓN	300 €
EMPRESAS DE MONTAXE	500 €
GUÍAS TURÍSTICOS	300 €
TRADUTORES E INTÉRPRETES	300 €
INFORMÁTICA E CONTROL DE ACCESOS	300 €
FOTOGRAFÍA E VÍDEO	200 €
IMPRENTAS	200 €
SEGURIDADE	300 €
CENTROS COMERCIAIS	900 €
AGASALLO E MERCHANDISING	500 €
OUTROS	
ESPECTÁCULOS E ANIMACIÓN	200 €
BODEGAS	200 €
APP	200 €
ACTIVIDADES DE LECER	200 €
FREELANCE	200 €

9.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN INGRESOS EJERCICIO 2025

INGRESOS	COTA	2025
PATRÓNS		
CONCELLO DE VIGO (TURISMO DE VIGO)	225.000 €	225.000 €
ABANCA		
UNIVERSIDADE DE VIGO	3.000 €	3.000 €
IFEVI		
CÁMARA DE COMERCIO		
CEP		
PAZO DE CONGRESOS MAR DE VIGO	2.000 €	2.000 €
AHOSVI	2.000 €	2.000 €
FEPROHOS	2.000 €	2.000 €
TOTAL INGRESOS PATRÓNS		234.000,00 €
SOCIOS COLABORADORES E OUTRAS ENTIDADES		6.810,75€
TOTAL SOCIOS COLABORADORES E ENTIDADES		6.810,75 €
OUTROS INGRESOS		
SUBVENCIÓN ACTIVIDADES PROMOCIÓN TURÍSTICA 2025		275.000 €
TOTAL OUTROS INGRESOS		275.000,00 €
TOTAL INGRESOS		515.810,75 €

10.- DESGLOSE DE ESTIMACIÓN DE GASTOS EJERCICIO 2025¹

ESTRUTURA DE PERSOAL

CUSTOS SALARIAIS BRUTOS + CUSTOS SEGURIDADE SOCIAL FUNDACIÓN	209.108,93 €
TOTAL ESTRUCTURA DE PERSOAL	209.108,93 €

GASTOS DE EXPLOTACIÓN, XESTIÓN E CONSUMOS

MANTEMENTO DE INSTALACIÓNS	6.000,00 €
GASTOS DE REPRESENTACIÓN	3.000,00 €
MATERIAL DE OFICINA	1.500,00 €
INFORMÁTICA, AUDIOVISUAL, TIC E FORMACIÓN	5.000,00 €
MENSAXERÍA, ENVÍOS E SUBSCRICIÓN	1.200,00 €
TELEFONÍA E COMUNICACIÓN	3.000,00 €
ASESORÍA LABORAL, FISCAL E XURÍDICA-GASTOS LEGAIS-ASISTENCIAS TÉCNICAS	15.000,00 €
MUTUA ACCIDENTES – SEGUROS	1.200,00 €
TOTAL GASTOS EXPLOTACIÓN	35.900,00 €

PUBLICIDADE E MATERIAL DE PROMOCIÓN

MERCHANDISING E MATERIAL PROMOCIONAL	3.000,00 €
MATERIAL AUDIOVISUAL – DISEÑO E IMAXE	3.000,00 €
TOTAL PUBLICIDADE E MATERIAL DE PROMOCIÓN	6.000,00 €

ACCIÓNS DE PROMOCIÓN

PRODUCCIÓN, DESENVOLVEMENTO E APOIO EVENTOS	245.186,82 €
ASISTENCIA A FEIRAS, EVENTOS- CONGRESOS E ACCIÓNS COMERCIAIS	5.000,00 €
REALIZACIÓN DE FAMTRIP / PRESSTRIP	6.000,00 €
PROMOCIÓN AEROPORTUARIA	3.000,00 €
TOTAL ACCIÓNS PROMOCIÓN	259.186,82 €

PARTICIPACIÓN EN OUTROS ENTES

COTA SPAIN CONVENTION BUREAU 2025	3.515,00 €
COTA SPAIN FILM COMMISSION 2025	2.000,00 €
COTA ACADEMIA GALEGA DE CINE 2025	100,00 €
TOTAL PARTICIPACIÓN OUTROS ENTES	5.615,00 €

TOTAL GASTOS	515.810,75 €
---------------------	---------------------

¹ Calquera modificación na distribución das partidas de gasto ao longo do ano, deberá ser aprobada polo Comité Executivo da Fundación VCB.

Presidenta do Comité Executivo da Fundación Vigo Convention Bureau

Dña. M^a Carmen Lago Barreiro

Tesoureiro da Fundación Vigo Convention Bureau

D. César Sánchez Ballesteros

Secretario da Fundación Vigo Convention Bureau

D. Arsenio Fidel Prieto Martínez